



DROITS DE DIFFUSION DU HOCKEY - APERÇU

À :	Hubert T. Lacroix
RÉUNION :	Réunion du Conseil d'administration – 19 juin 2013
DE :	Neil McEneaney, vice-président principal par intérim, Services anglais; Jeffrey Orridge, directeur général, Émissions sportives de CBC
OBJECTIFS :	<ul style="list-style-type: none">• Communiquer le caractère essentiel et la pertinence du hockey pour CBC en tant qu'institution culturelle canadienne de premier plan• Démontrer la cohérence entre <i>Hockey Night In Canada</i> et la mission et la stratégie de CBC• Discuter des buts et des objectifs du renouvellement des droits de diffusion du hockey
DATE :	17 juin 2013



ORDRE DU JOUR

- Le hockey crée un lien entre les Canadiens et CBC
- Le hockey est essentiel à Stratégie 2015 et au-delà
- Un monde sans hockey
- Rendement financier du contrat actuel
- Occasion de renouvellement du contrat de hockey



CBC ET LE HOCKEY

5 MOTS CLÉS

- **PERTINENCE** : Apporter aux Canadiens ce qui a de l'importance dans leurs vies
- **PORTÉE** : Attirer et conserver des auditoires vastes et diversifiés
- **RÉGIONAL** : Rendre compte de la réalité de chaque région et mobiliser les communautés locales
- **REVENUS** : Assurer la viabilité financière
- **RESPONSABILITÉ** : Remplir le mandat d'un radiodiffuseur public moderne



CBC ET LE HOCKEY

s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

- Mandat de CBC/Radio-Canada :
 - Contribuer au partage d'une conscience et d'une identité nationales;
 - refléter la globalité canadienne et rendre compte de la diversité régionale du pays, tant sur le plan national que régional.

- *Hockey Night In Canada* se classe au 4^e rang des éléments qui définissent la réalité canadienne.

SOURCE : InCanada Panel « Hockey In Canada – mai 2013 » InCanada Panel (14 au 16 mai 2013)



LE HOCKEY CRÉE UN LIEN ENTRE LES CANADIENS ET CBC

s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

- *Hockey Night in Canada* (HNIC) est l'une des marques les plus prestigieuses de CBC et elle a grande résonance chez les Canadiens.

SOURCE : InCanada Panel (26 février au 11 mars 2013); « Hockey In Canada – mai 2013 » (14 au 16 mai 2013)



LE HOCKEY EST NOTRE PLUS GRAND GÉNÉRATEUR D'AUDITOIRE

s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

SOURCE : Recherche CBBC/Radio-Canada (BBM Canada)



LE HOCKEY DÉFINIT LE CANADA ET CBC DÉFINIT LE HOCKEY

CBC définit le hockey et le Canada

« 89 % des amateurs de hockey considèrent que l'émission contribue à cimenter la nation et à tisser des liens entre les Canadiens. »



« 93 % des Canadiens affirment que le hockey définit le Canada. »

« HNIC est la référence qui permet aux Canadiens de suivre le hockey. »

HNIC définit le hockey



Original

- Fournit heures de contenu canadien ORIGINAL.
- Le rendez-vous le plus attendu et le plus captivant pour les Canadiens, chaque semaine, pendant 9 mois, depuis 60 ans.
- *Hockey Night In Canada* est l'une des pièces maîtresses de la programmation consacrée aux grands événements.

Innovateur

Qualité

s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1



- *Hockey Night In Canada* offre aux Canadiens des expériences participatives et CBC n'a pas son pareil pour rassembler et mobiliser de grands auditoires

s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1



« *Partout. Pour tous.* »

s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

- *HNIC* se démarque en créant et en mettant en œuvre des outils et des tactiques pour susciter la mobilisation de la population à l'aide des médias sociaux.
- Les plateformes numériques de *Hockey Night In Canada* rehaussent l'expérience de télévision traditionnelle et accroissent l'auditoire
- *HNIC* est au cœur des discussions nationales en ligne et hors ligne.



s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1



INCIDENCE DU LOCK-OUT DE LA LNH À L'AUTOMNE 2012

s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

- Une comparaison de la saison d'automne 2012 (lock-out) et de la saison d'automne 2011 donne un aperçu de l'incidence du lock-out sur CBC :
 - Le nombre total de minutes d'écoute aux **heures de grande écoute** (lun. au sam.)
 - La part de l'auditoire total aux **heures de grande écoute**
- Incidence promotionnelle sur le reste de la grille de CBC.
 - Le nombre total de minutes d'écoute aux **heures de grande écoute** (à l'exception des samedis)
 - La **part de l'auditoire aux heures de grande écoute** (à l'exception du samedi)
- Les répercussions sur les revenus ont notamment été celles-ci :



PLAN B : LE RENDEMENT PRÉVU DE L'AUDITOIRE DES TÉLÉSPECTATEURS DE 2 ANS ET PLUS

s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

Hiver 2013

SAM.	Émission
19 h	HNIC : Match 1
19 h 30	
20 h	
20 h 30	
21 h	
21 h 30	
22 h	HNIC : Match 2
22 h 30	

**AMM (2 ans +, en milliers)
Samedi**

**PART (2 ans +)
Grille complète**

Plan B : Automne 2013

SAM.	Émission	2 ans + estim. (000)
19 h	Mr D	
19 h 30	Nouvelle comédie (reprise)	
20 h	Arctic Air (reprise)	
20 h 30		
21 h	True Crime Canada	
21 h 30		
22 h	The National	
22 h 30		

**AMM (2 ans +, en milliers)
Samedi**

**PART (2 ans +)
Grille complète**

Plan B : Hiver 2014

SAM.	Émission	2 ans + estim. (000)
19 h	Survival (reprise)	
19 h 30		
20 h	Nouvelle dramatique (reprise)	
20 h 30		
21 h	True Crime Canada	
21 h 30		
22 h	The National	
22 h 30		

**AMM (2 ans +, en milliers)
Samedi**

**PART (2 ans +)
Grille complète**

SOURCE : CBC Research (BBM Canada)



PLAN B :

s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

- Nous devons faire concurrence aux éliminatoires de la LNH si nous n'avons pas le hockey.

Heures de grande écoute à CBC (Lun. au sam. 19 h à 23 h)	2009-2010	2010-2011	2011-2012	PLAN B (2013-2014)
% de part durant la saison (2 ans +)				
% de part durant les éliminatoires (2 ans +)				
% de différence				

SOURCE : Recherche CBC/Radio-Canada (BBM Canada)



PLAN B : SOMMAIRE CUMULATIF DES COÛTS

s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

Titre	Nombre d'épis. cumulatif	Coût / épis.	Coût cumulatif total
DRAMATIQUE			
COMÉDIE			
DIVERTISSEMENT FACTUEL/VARIETES			
TOTAL GÉNÉRAL			



LE PLAN B ENTRAÎNERAIT

■ Répercussions financières :

s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

Pertes de revenus publicitaires

Plan B – coût de remplacement du contenu

Économies de coûts (droits / production / coût des ventes)

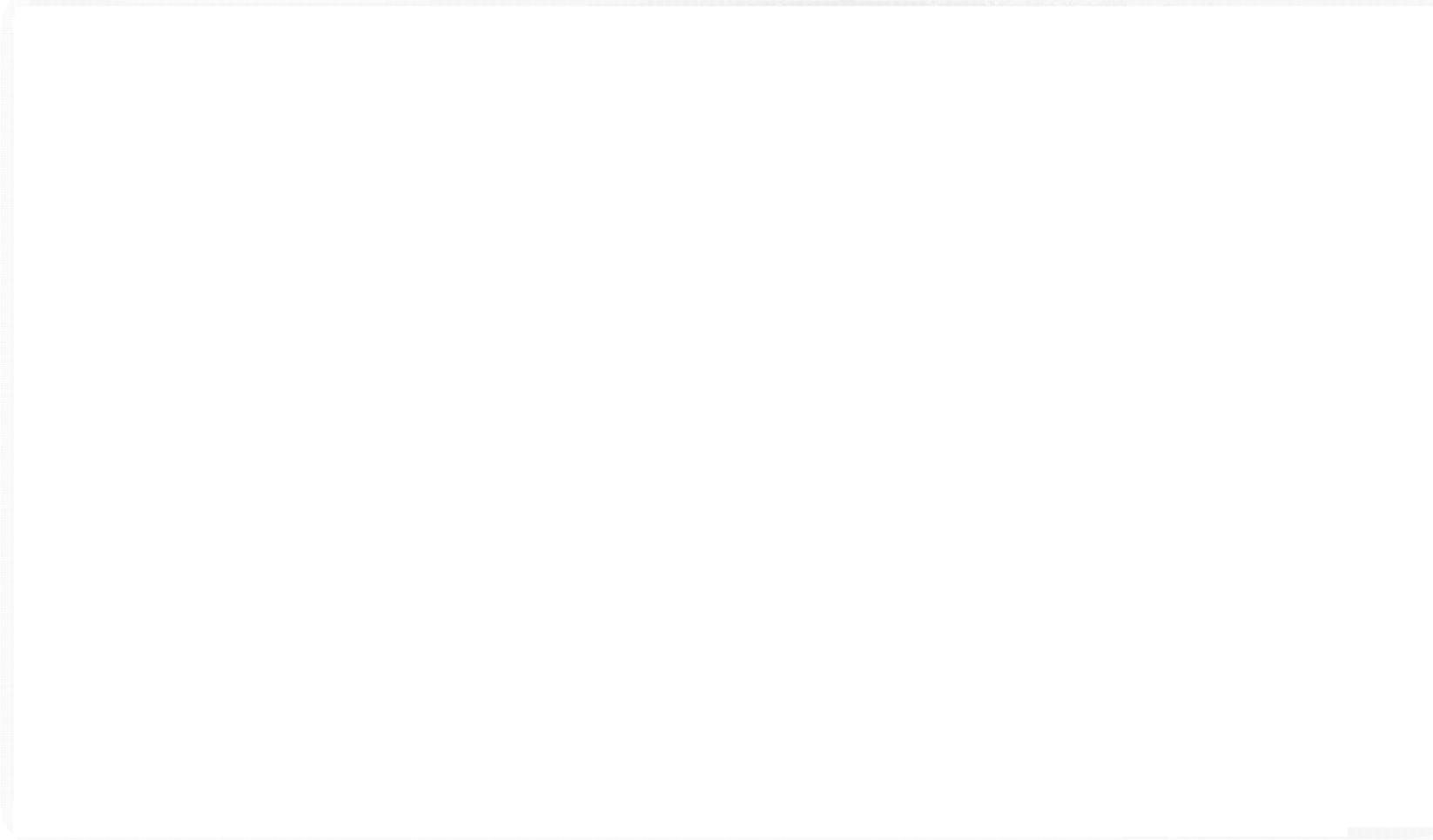
Par comparaison, nous dépensons actuellement :

- dans la radio régionale
- dans les nouvelles télévisées régionales
- dans les services numériques



UN MONDE SANS *HOCKEY NIGHT IN CANADA* SIGNIFIERAIT :

s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1





PRÉVISIONS FINANCIÈRES : CONTRAT ACTUEL

s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

(Données financières en milliers)

SAISON DE HOCKEY						Contrat total
2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	6 ans
Réel	Réel	Réel	Réel	Prévu	Prévu	Prévisions totales

Revenus totaux

Coûts

Production

Droits

Coûts totaux

Marge brute

lock-out de 2012-2013

Marge brute révisée

Marge selon le plan de gestion original

Écart par rapport au plan de gestion original

Remarques :



OBJECTIFS DU RENOUVELLEMENT DU CONTRAT DE DIFFUSION DU HOCKEY



OBJECTIFS ET ATTENTES DE LA LNH

s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

- **Objectifs de la LNH :**

- **Attentes de la LNH :**



LE RENOUVELLEMENT : UN ÉLÉMENT QUI CHANGE LA DONNE

s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

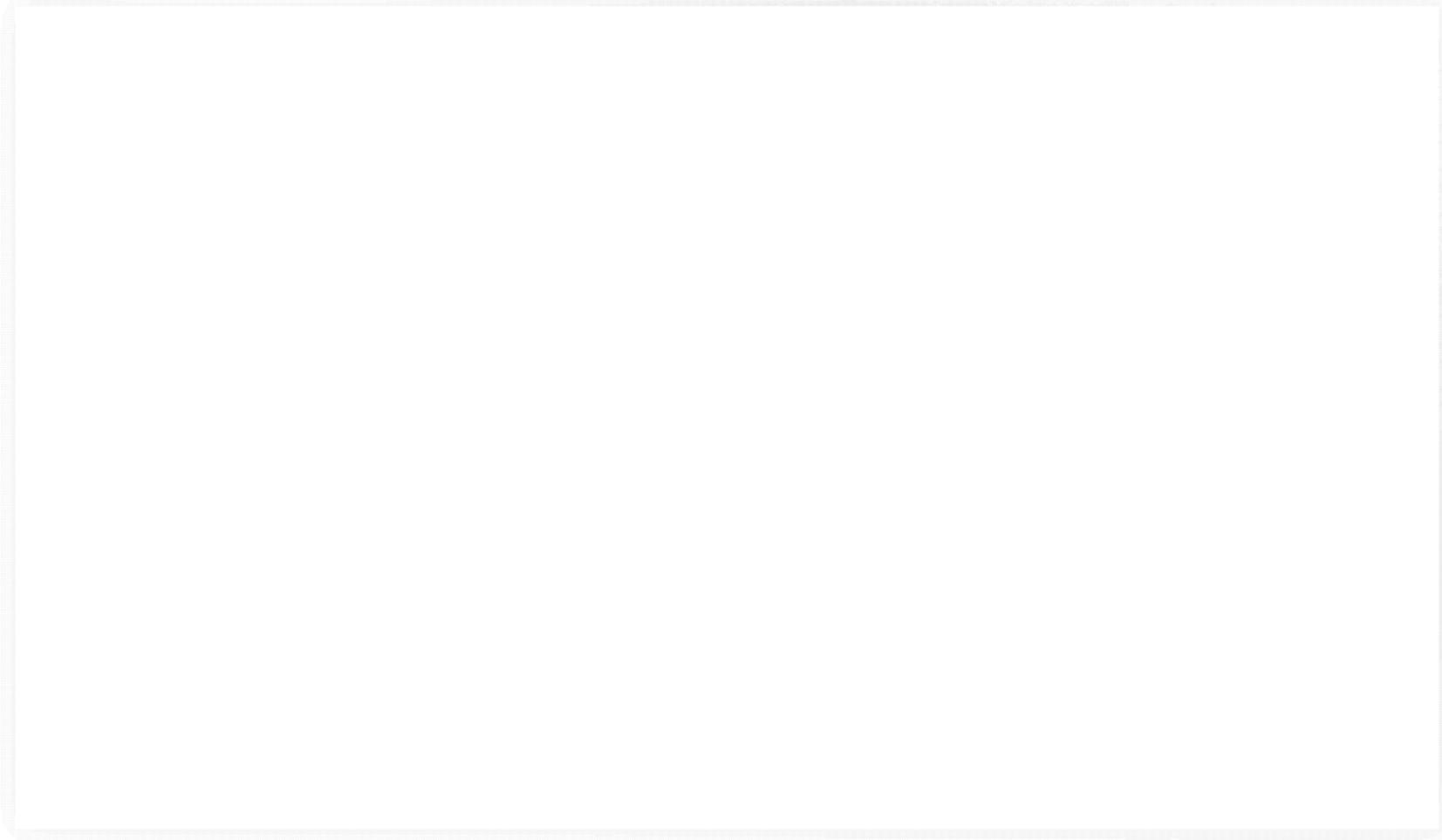


LE RENOUVELLEMENT : UN ÉLÉMENT QUI CHANGE LA DONNE

s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1



ANNEXES





SECTEURS D'ACTIVITÉ DU HOCKEY

s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

Secteurs d'activité	+ Marge
Bien développés	
Occasions d'affaires émergentes	



PRÉVISIONS FINANCIÈRES (SCÉNARIO DE RÉFÉRENCE) : À TITRE D'INFORMATION

s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

Revenus

Revenus publicitaires
Numériques (modèle actuel et initiatives futures)
Attribution de licences

Revenus totaux

Coûts

Production*
Émissions spéciales et grands événements

Coûts totaux

Marge brute – disponible pour les droits

% d'augmentation des droits de diffusion

% de croissance des revenus

* 2008-2009 à 2013-2014 (exclut l'incidence du lock-out)